

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah A. Leon. (2022). *PERANAN MEDIA SOSIAL MODERN* (Vol. 19). Bening media Publishing. file:///C:/Users/ACER/Downloads/Abdillah2022%20BeningMediaPublishing%20[Peranan%20Media%20Sosial%20Modern]%20ISBN%20IKAPI%20Bab%2001%20&%2012%2020220801%20edited%2020220908.pdf
- Basnet Dhoz Shelby. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial D. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(1), 18–31. 10.36594/jtec/gp940703
- Ekasari, N. (2014). PENGARUH PROMOSI BERBASIS SOSIA MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JASA PEMBIAYAAN KENDARAAN PADA PT. BFI FINANCE JAMBI. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 16(2), 81–98. <http://portalgaruda.fti.unissula.ac.id/?ref=browse&mod=viewarticle&article=284437>
- Fitriansyah Aditya Muhammad. (2022). Analisis event organizer Jawa Pos dalam pengelolaan hari jadi ke 77 Pemerintah Provinsi Jawa Timur. *Youth Communication Day*, 01(01), 180–188. DOI: 10.12928/ycd.v1i1.12265
- Muarif, A., & Syarififudin, A. (2024). Analisis Faktor Keberhasilan Event Organizer Dalam Menyelenggarakan Acara(Studi Kasus Cv Soundtrack Indonesia). *Journal of Business and Halal Industry*, 1(4), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i4.414>
- R, D., & C, N. A. P. (2024). Peran Komunikasi Organisasi dalam Event Organizer (Studi pada Event Organizer Soundtrack Indonesia Kota Palembang). *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(4), 1–10. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v1i4.277>
- Saragih, L. C., & Andriansyah. (2023). *STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PLATFORM TIKTOK*. 11(02), 150–160. Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Platform Tiktok STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PLATFORM TIKTOK
- Setiawan, R. (2019). Perancangan Elektronik Marketplace Event Organizer. *Jurnal Algoritma*, 16(02), 247–254. <https://jurnal.itg.ac.id/index.php/algoritma/article/view/644>
- Shelby Dhoz Basnet Dhoz Shelby, & Anisatul Auliya. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(1), 18–31. <https://doi.org/10.36594/jtec/gp940703>